

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah diuraikan pada Bab sebelumnya tentang Analisis Desain Visual Kartu *Multi Trip* Edisi Gaya Generasi Urban, penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Aspek visual pada Desain Kartu *Multi Trip* Edisi Gaya Generasi Urban memiliki desain visual yang berbeda dan tidak sama seperti kebanyakan desain pada Kartu *Multi Trip* KAI *Commuter Line* lainnya. Visual pada Kartu Muti Trip Edisi Gaya Generasi Urban menciptakan harmoni dari berbagai elemen desain komunikasi visual seperti tipografi, *layout*, warna, dan ilustrasi. Elemen visual yang terdapat pada Desain Kartu *Multi Trip* Gaya Generasi Urban berupa tipografi dengan jenis *font* yang digunakan ialah *font script* dan *font sans serif* sehingga memberikan kesan dinamis dan formal. *Layout* pada desain memiliki visual yang melengkung horizontal asimetris. Warna yang digunakan diantaranya adalah warna biru dan hijau yang memberikan kesan natural dan tenang, abu-abu dan oranye khas livery dari KAI *Commuter Line*. Elemen ilustrasi yang menjadi fokus dari Desain Kartu *Multi Trip* Edisi Gaya Generasi Urban yaitu ilustrasi 4 jenis kereta, diikuti dengan ilustrasi dari interior KRL beserta penumpangnya, serta ilustrasi beberapa stasiun dan jalur kereta sebagai *backgroundnya*. Semua elemen visual yang terdapat pada Desain Kartu *Multi Trip* Edisi Gaya Generasi Urban secara garis besar menggambarkan tentang fasilitas dan pelayanan yang dimiliki oleh KAI *Commuter Line*, serta tagline dari *Multi Trip* KRL.
2. KAI *Commuter Line* berupaya mempertahankan *Brand Image* dengan meningkatkan fasilitas dan pelayanan. Banyak faktor yang dapat meningkatkan *Brand Image* dari sebuah perusahaan, seperti konsistensi

dalam peningkatan layanan dan melakukan inovasi pada produk yang mempermudah konsumen dalam bertransaksi. Selain kemudahan, kartu *Multi Trip* juga memiliki desain produk yang unik, seperti kartu *Multi Trip* edisi gaya generasi urban yang memiliki desain menarik dan berbeda dari desain kartu *Multi Trip* lainnya. Inovasi produk ini menjadi upaya KAI *Commuter Line* dalam mempertahankan *Brand Image*.

5.2. Saran

5.2.1. Saran Akademis

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat berguna bagi penelitian selanjutnya dengan topik yang sama. Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat menimbulkan rasa keingintahuan atas penelitian lanjutan dengan mengadakan wawancara atau kuesioner secara lebih meluas agar mendapat hasil yang lebih maksimal.

5.2.2. Saran Praktis

1. Saran praktis untuk desain komunikasi visual

Pemilihan jenis *font* yang digunakan untuk tipografi, menggunakan jenis *font* yang lebih sesuai dalam segi volumenya. Karena hal ini berpengaruh terhadap kemudahan membaca dan kejelasan informasi yang disampaikan pada tipografi. Elemen visual dibuat tidak terlalu menumpuk agar mudah diikuti oleh mata pengamat desain.

2. Saran praktis untuk *Brand Image*

KAI *Commuter Line* bisa meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan dan menjaga kualitas pelayanan sehingga dapat mempertahankan citra perusahaan. Sumber daya manusia harus selalu ditingkatkan, karena KAI *Commuter Line* bergerak dibidang jasa.